

Abstract

The purpose of this research is to know the role of Public Relations in the activity of Huddle Up program running with goal to creating employee internal relations at 'out of home' advertising company PT. Pariwara. The methods of this research is used a qualitative research with case study methods. Researchers collected data with semi-structured interviews, observation, participatory, and collecting a corporate document then process the data use trushworthiness and triangulation validation techniques. Researchers analyzed data that has been processed by connecting with exiting theories. The results has been achieved in this reports is descriptive of the role of Public Relations in the company's organizational structure in establishing patterns of relationship and reciprocal interactions internally within the company as persuasion relation to each other is an attempt to meet the company's existence and durability or the organization as a forum for people to survive as an entity which is correlative and interdependent that an important element in establishing internal relations of employee, group, organization and even a company's in improving employee performance and corporate productivity. The conclusion of this research about the role of Public Relations has succeeded in creating of internal relationships between employees of the company as well as a positive impact on the progress of the company's quality. (CP)

Keywords : *Role, Public Relations, Internal Relation, Huddle Up Program.*

Abstrak

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui peran dari *Public Relations* dalam menjalankan program *Huddle Up* dengan tujuan menciptakan relasi internal antar karyawan pada perusahaan *advertising* media luar ruang PT. Pariwara. Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Peneliti mengumpulkan data dengan wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan pengumpulan dokumen perusahaan kemudian mengolah data menggunakan teknik validasi data *trustworthiness* dan triangulasi. Peneliti menganalisa data yang telah diolah dengan menghubungkan dengan teori yang telah ada. Hasil yang dicapai dalam laporan ini adalah deskriptif mengenai peran *Public Relations* di dalam struktur organisasi perusahaan dalam membangun pola relasi dan interaksi timbal balik di dalam internal perusahaan sebagai upaya persuasi satu sama lain yaitu relasi sebagai upaya untuk memenuhi eksistensi dan daya tahan perusahaan atau organisasi sebagai wadah manusia untuk bertahan sebagai entitas yang korelatif dan saling membutuhkan yang merupakan unsur penting dalam membangun relasi internal karyawan, kelompok, organisasi dan perusahaan sekalipun, dalam meningkatkan kualitas kinerja karyawan dan produktivitas perusahaan. Kesimpulan yang didapat bahwa peran *Public Relations* internal PT. Pariwara telah berhasil menciptakan relasi internal antar karyawan perusahaan sekaligus memberikan dampak positif terhadap kemajuan kualitas perusahaan. (CP)

Kata Kunci : Peran, *Public Relations*, Relasi Internal, Program *Huddle Up*.